

**「子育て中の保護者を対象とした「お菓子」に関するアンケート」**

**調 査 結 果**

**令和2（2020）年度  
保健福祉部生活衛生課**

## 1. 目的

民間の調査会社が実施した食品の安全性に関する意識調査において、明らかに保護者と子どもの相関がみられ、保護者の意識が子どもの意識にも大きく影響しているとの結果が示されている\*<sup>1</sup>。また、保護者の世代においても食に関する必要な知識を十分有していないとの調査報告\*<sup>2</sup>があり、保護者の食品添加物、農薬、輸入食品への嫌忌等を原因とする子どもの栄養素摂取の偏りなどの問題が多様化、深刻化し、子どもの生涯にわたる健康への影響が懸念されている。また、食品添加物については、身体への食に対する何らかの不安を感じていることが原因であることが多く、自分の子どもに不安を感じる物を食べさせずに、子どもの栄養素摂取の偏りが起きていることが推察される。

このような食の安全に対する不安は、食品のリスクそのものに加え、消費者と食品事業者やリスク管理を行う行政との間の意思疎通が十分でないことが原因であると言われており、不安の解消には、消費者・事業者・行政等、食に関する様々な立場の人が信頼関係を築くことが重要で、食品のリスクへの理解を深め、相互に情報を共有し意見を交換するリスクコミュニケーションが有効である。そこで、子育て世代に対してアンケートを実施し、食の何に対して不安を感じているのかを調査し、その不安に対してリスクコミュニケーションを実施することにより、食への不安の軽減を図り、子ども達の将来に向けた健全な食生活に資することを目的とする。

\*1：食品の安全性の啓発に関する調査（調査報告書）（平成 21 年 1 月）食品安全委員会

\*2：「食を通じた子どもの健全育成のあり方に関する検討会」報告書（平成 16 年 2 月）厚生労働省

## 2. 調査実施の概要

### （1）アンケートテーマ

「子育て中の保護者を対象とした「お菓子」に関するアンケート」

### （2）アンケート目的

菓子に含まれる食品添加物や加熱することにより生じるアクリルアミドなどへの過度の不安、心配により子どもに菓子を与えることをためらう子育て世代の保護者に役立ててもらおうべく、子供への菓子の与え方などの実態を調査するとともに、菓子メーカーを講師として招き、情報や意見を交換することにより消費者側の理解を深め、菓子への信頼を構築する機会の基礎資料とする。

### （3）アンケート期間

令和 2（2020）年11月20日～11月30日まで

(4) アンケート方法

インターネットを通じて、モニターがアンケート専用ホームページから回答を入力する。

(5) 調査対象：栃木県内に住む0歳～12歳の子供がいる母親 6,376人

アンケート依頼総数【6,376人】

内訳

- ◎メルマガ会員 (1,716人)
- ◎facebook (2,301人)
- ◎インスタグラム (1,358人)
- ◎ライン (1,001人)

(6) 回答者数

136人

(7) 回答率

2.1%

(8) アンケート委託先

会社概要

商号 株式会社ビジュアル

設立 1991年3月26日

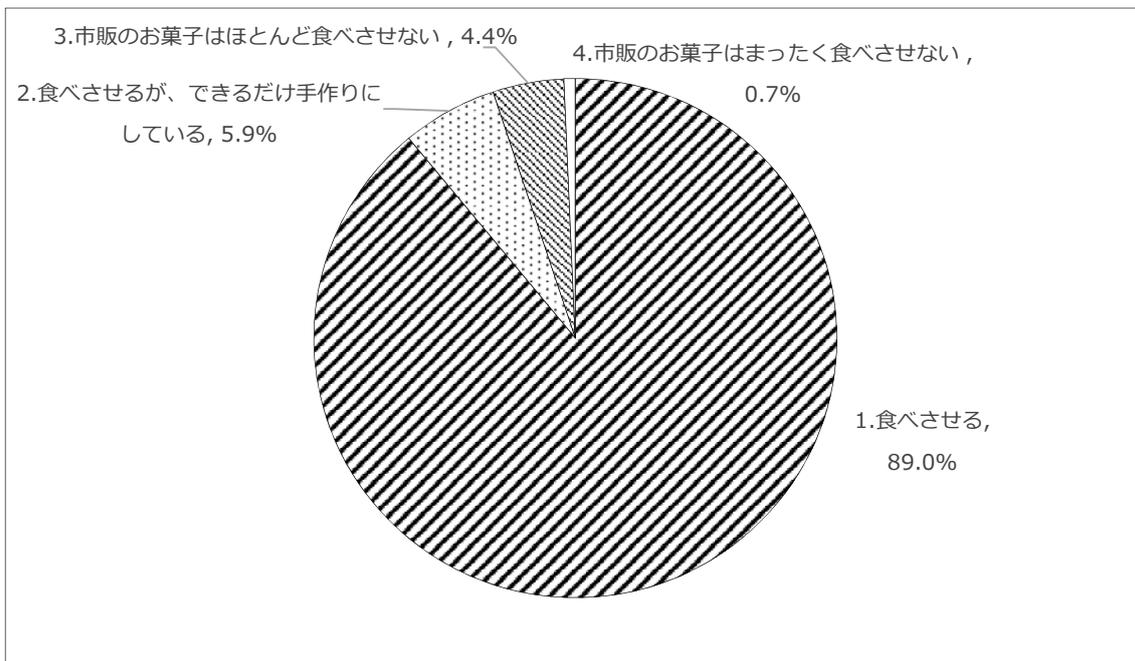
代表者 代表取締役社長 深澤明子

所在地 栃木県宇都宮市下川俣町 166-1

### 3. 調査の結果

Q1 市販のお菓子をお子様に食べさせますか？（1つ選ぶ）

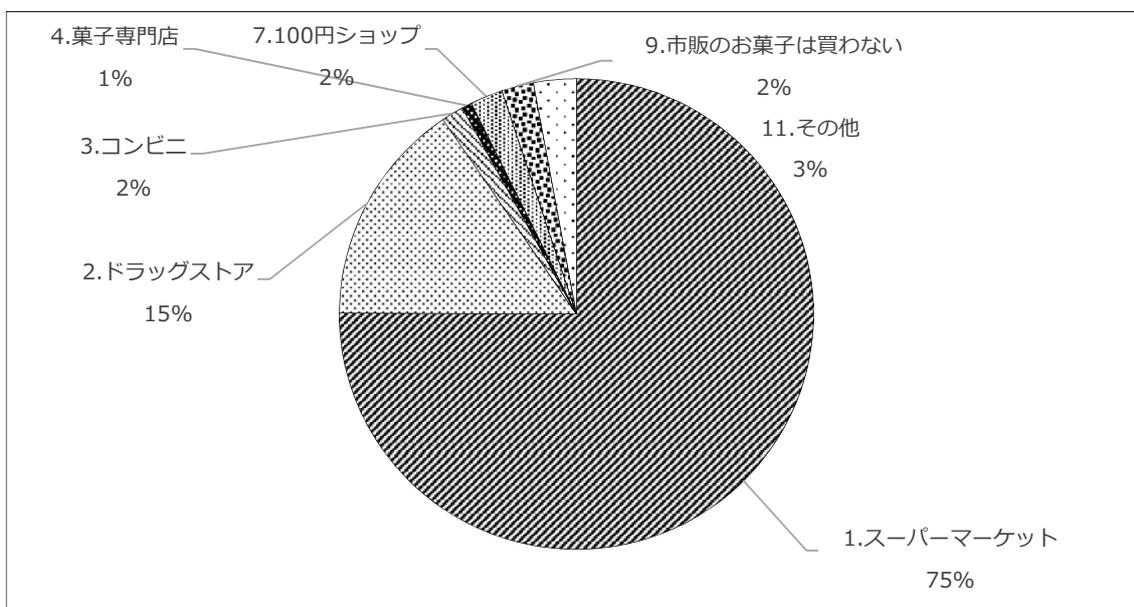
回答	件数	割合
1.食べさせる	121件	88.9%
2.食べさせるが、できるだけ手作りにしている	8件	5.9%
3.市販のお菓子はほとんど食べさせない	6件	4.4%
4.市販のお菓子はまったく食べさせない	1件	0.7%



市販のお菓子をお子様に食べさせるかとの問いに対して、「食べさせる」(89.0%)が最も高く、「食べさせるが、できるだけ手作りにしている」(5.9%)、「市販のお菓子はほとんど食べさせない」(4.4%)、「市販のお菓子はまったく食べさせない」(0.7%)と続いている。

Q2 普段お菓子はどこで買いますか？ 一番買っている場所を選んでください。（1つ選ぶ）

回答	件数	割合
1.スーパーマーケット	102件	75.0%
2.ドラッグストア	21件	15.4%
3.コンビニ	2件	1.5%
4.菓子専門店	1件	0.7%
5.大型量販店	0件	0%
6.会員制の販売店	0件	0%
7.100円ショップ	3件	2.2%
8.インターネット販売	0件	0%
9.市販のお菓子は買わない	3件	2.2%
10.市販のお菓子はまったく食べさせない	0件	0%
11.その他	4件	2.9%



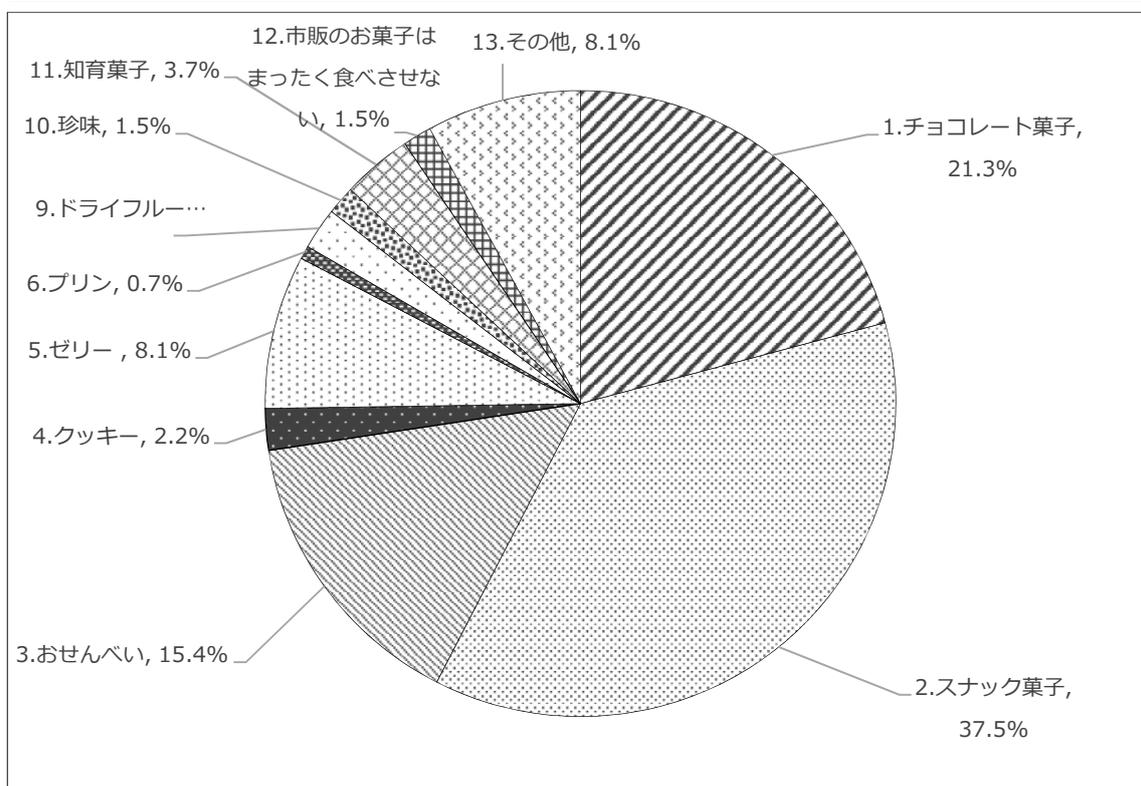
普段お菓子はどこで買うのかの問いに対して、「スーパーマーケット」（75.0%）が最も高く、「ドラッグストア」（15.0%）、「100円ショップ」（2.2%）、「市販のお菓子は買わない」（2.2%）、「コンビニ」（1.5%）、「菓子専門店」（0.7%）と続いている。

○「その他」の意見

「子供用品店」、「自然食品店」、「祖父母にもらう(2件)」

Q3 普段よく買うのはどんなお菓子ですか？ 一番買っているものを選んでください。(1つ選ぶ)

回答	件数	割合
1.チョコレート菓子	29 件	21.3%
2.スナック菓子	51 件	37.5%
3.おせんべい	21 件	15.4%
4.クッキー	3 件	2.2%
5.ゼリー	11 件	8.1%
6.プリン	1 件	0.7%
7.おまんじゅうなどの和菓子	0 件	0%
8.ショートケーキなどの洋菓子	0 件	0%
9.ドライフルーツ	3 件	2.2%
10.珍味	2 件	1.5%
11.知育菓子	5 件	3.7%
12.市販のお菓子はまったく食べさせない	2 件	1.5%
13.その他	11 件	8.1%



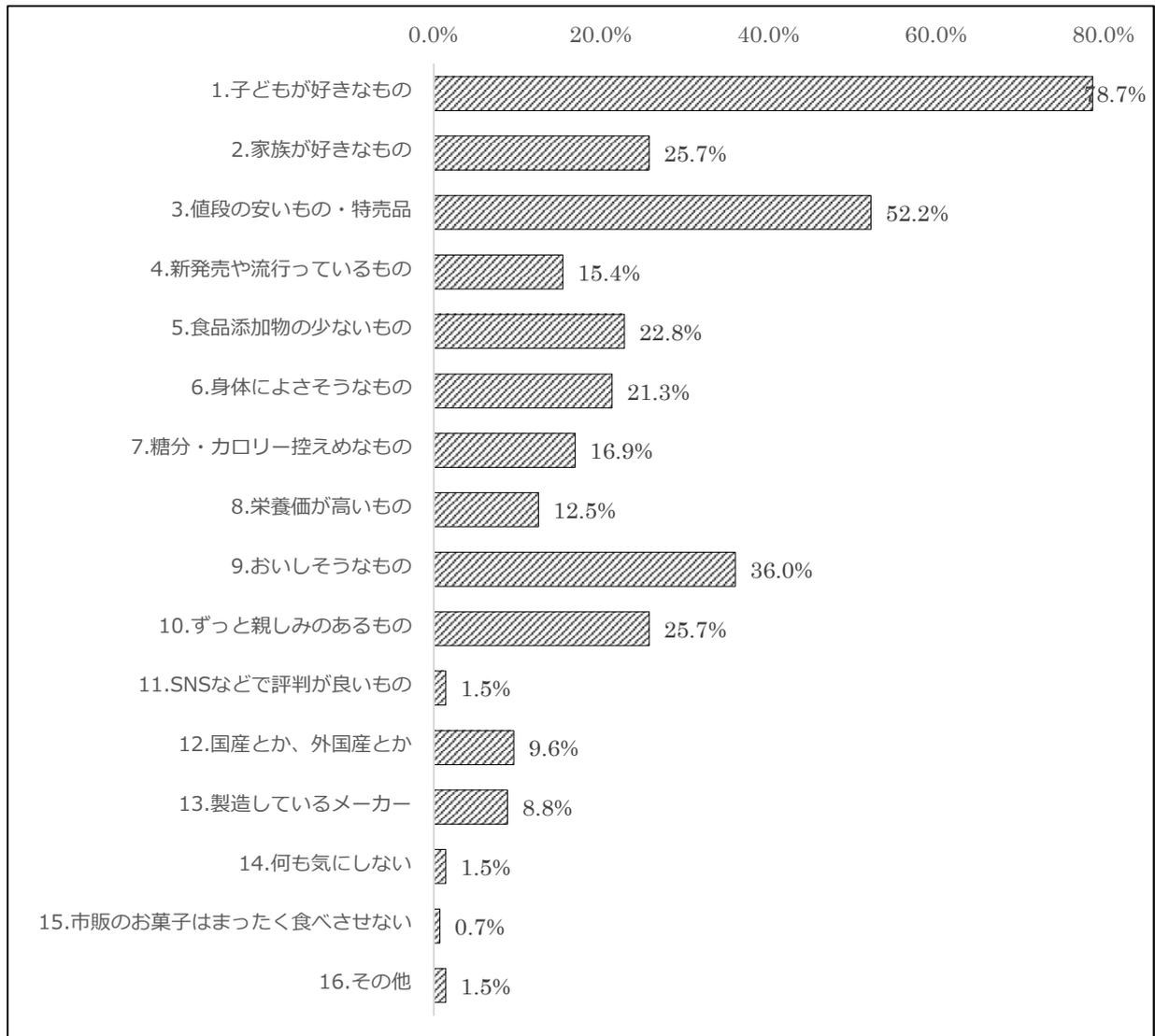
普段よく買うのはどんなお菓子かの問いに対して、「スナック菓子」(37.5%)が最も高く、「チョコレート菓子」(21.3%)、「おせんべい」(15.4%)、「ゼリー」(8.1%)、「知育菓子」(3.7%)、「クッキー」(2.2%)、「ドライフルーツ」(2.2%)、「珍味」(1.5%)、「市販のお菓子はまったく食べさせない」(1.5%)、「プリン」(0.7%)と続いている。

○「その他」の意見

「素材にこだわった添加物のないものを生協で購入等」、「グミ(7件)」、「ラムネ(2件)」、「梅昆布 グミ系」

Q4 お子様のお菓子を選ぶポイントはなんですか？(複数回答可)

回答	件数	割合
1.子どもが好きなもの	107件	78.7%
2.家族が好きなもの	35件	25.7%
3.値段の安いもの・特売品	71件	52.2%
4.新発売や流行っているもの	21件	15.4%
5.食品添加物の少ないもの	31件	22.8%
6.身体によさそうなもの	29件	21.3%
7.糖分・カロリー控えめなもの	23件	16.9%
8.栄養価が高いもの	17件	12.5%
9.おいしそうなもの	49件	36.0%
10.ずっと親しみのあるもの	35件	25.7%
11.SNSなどで評判が良いもの	2件	1.8%
12.国産とか、外国産とか	13件	9.6%
13.製造しているメーカー	12件	8.8%
14.何も気にしない	2件	1.5%
15.市販のお菓子はまったく食べさせない	1件	0.7%
16.その他	2件	1.5%



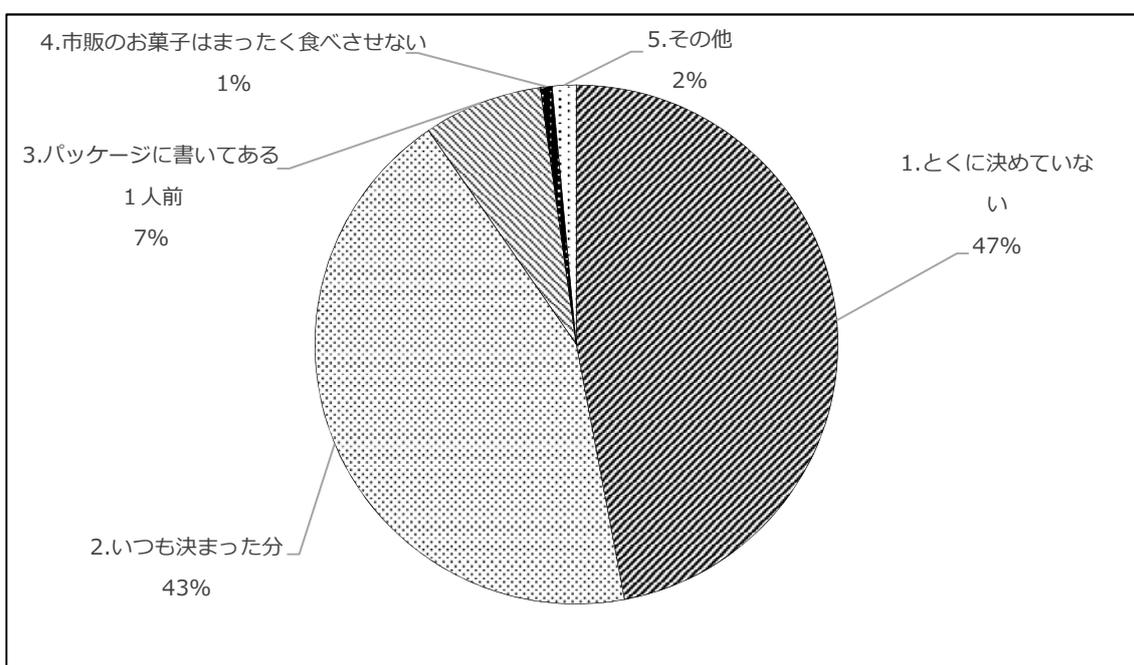
お子様のお菓子を選ぶポイントはなにかの問いに対して、「子どもが好きなもの」(78.7%)が最も高く、「値段の安いもの・特売品」(52.2%)、「おいしそうなもの」(36.0%)、「家族が好きなもの」(25.7%)、「ずっと親しみのあるもの」(25.7%)、「食品添加物の少ないもの」(22.8%)、「身体によさそうなもの」(21.3%)などと続いている。

○「その他」の意見

「小袋のもの」、「チョコレートと飴以外」

Q5 お子様にとどのくらいお菓子を与えていますか？（1つ選ぶ）

回答	件数	割合
1.とくに決めていない	64件	47.1%
2.いつも決まった分	59件	43.4%
3.パッケージに書いてある1人前	10件	7.4%
4.市販のお菓子はまったく食べさせない	1件	0.7%
5.その他	2件	1.5%



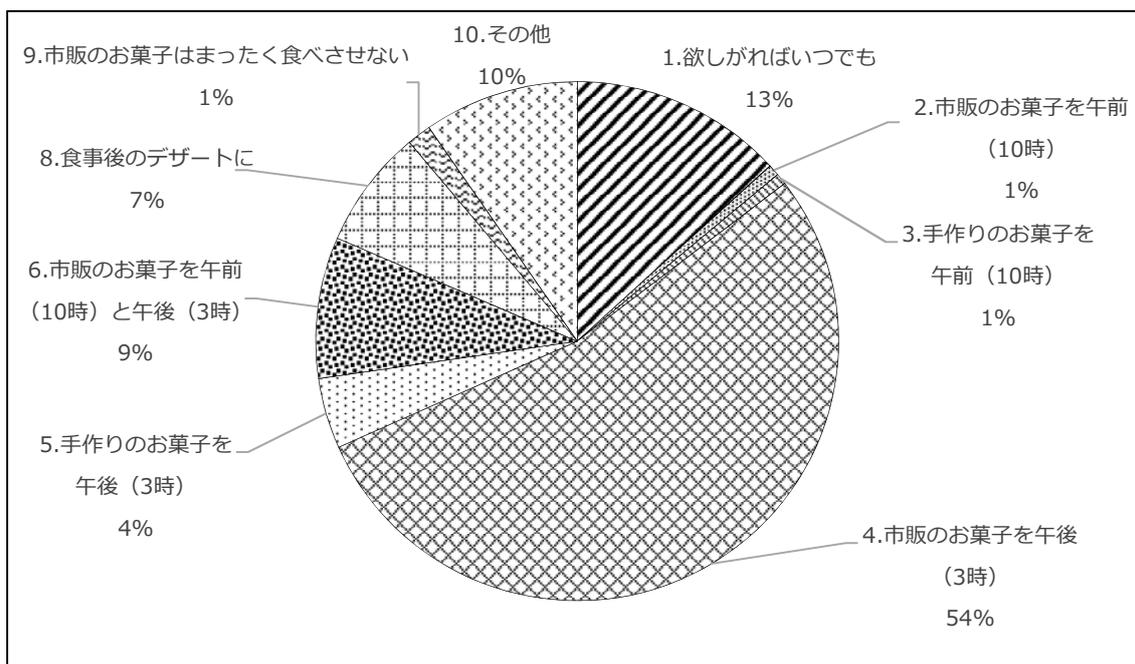
お子様にとどのくらいお菓子を与えているのかの問いに対して、「とくに決めていない」（47.1%）が最も高く、「いつも決まった分」（43.4%）、「パッケージに書いてある1人前」（7.4%）、「市販のお菓子はまったく食べさせない」（0.7%）と続いている。

○「その他」の意見

「3食で足りない時だけ、おやつ時間に食べさせている。量は決めず、その日により食べたり食べなかったり、日によりけり。」「とりあえずひとり1つを買って配分は、本人に任せる。毎日を買わない。」

Q6 お子様についてお菓子を与えていますか？（1つ選ぶ）

回答	件数	割合
1.欲しがればいつでも	18件	13.2%
2.市販のお菓子を午前（10時）	1件	0.7%
3.手作りのお菓子を午前（10時）	1件	0.7%
4.市販のお菓子を午後（3時）	73件	53.7%
5.手作りのお菓子を午後（3時）	6件	4.4%
6.市販のお菓子を午前（10時）と午後（3時）	12件	8.8%
7.手作りのお菓子を午前（10時）と午後（3時）	0件	0%
8.食事後のデザートに	10件	7.4%
9.市販のお菓子はまったく食べさせない	2件	1.5%
10.その他	13件	9.6%



お子様についてお菓子を与えていますかの問いに対して、「市販のお菓子を午後（3時）」（53.7%）が最も高く、「欲しがればいつでも」（13.2%）、「市販のお菓子を午前（10時）と午後（3時）」（8.8%）と続いている。

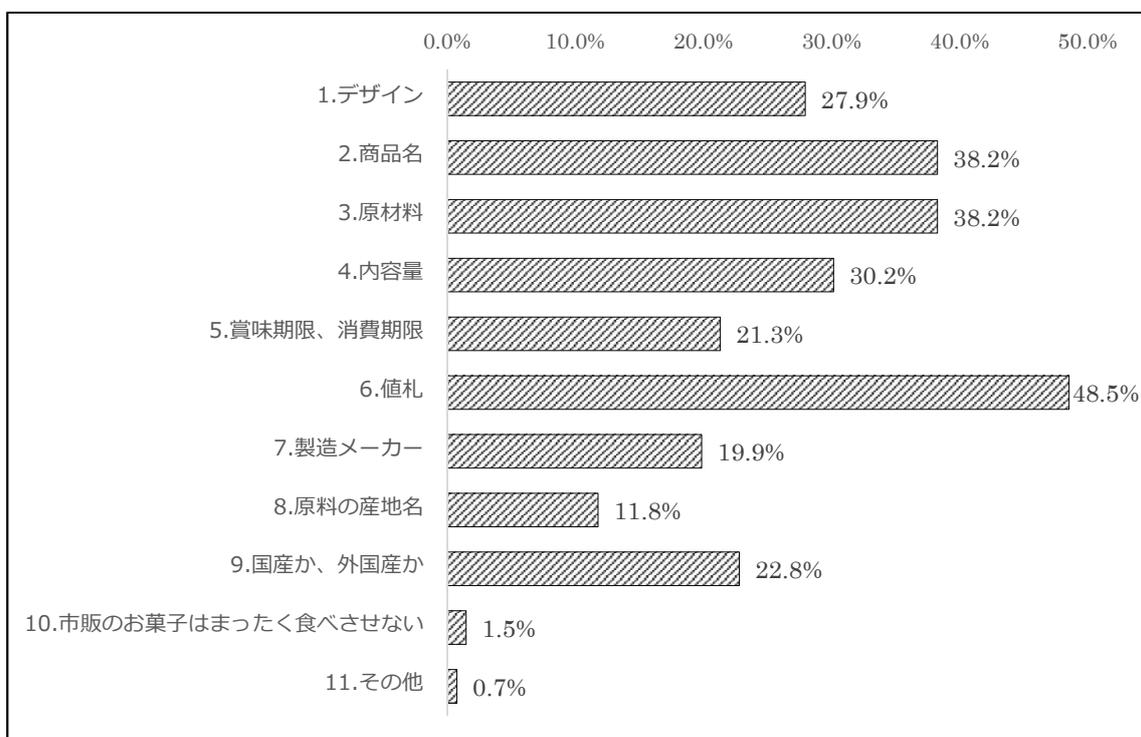
○「その他」の意見

「保育園殻の帰宅時に」、「休日の10時と3時のみ」、「外出中の車中で」、「平日は保育園

等で、土日のみ午後の時間に市販や手作りのお菓子やアイスなどを、「祖父が食べさせている。」、「習い事のあと」など

Q7 お菓子を購入する時、お菓子のパッケージのどこをみますか？（複数回答可）

回答	件数	割合
1.デザイン	38件	27.9%
2.商品名	52件	38.2%
3.原材料	52件	38.2%
4.内容量	41件	30.2%
5.賞味期限、消費期限	29件	21.3%
6.値札	66件	48.5%
7.製造メーカー	27件	19.9%
8.原料の産地名	16件	11.8%
9.国産か、外国産か	31件	22.8%
10.市販のお菓子はまったく食べさせない	2件	1.5%
11.その他	1件	0.7%



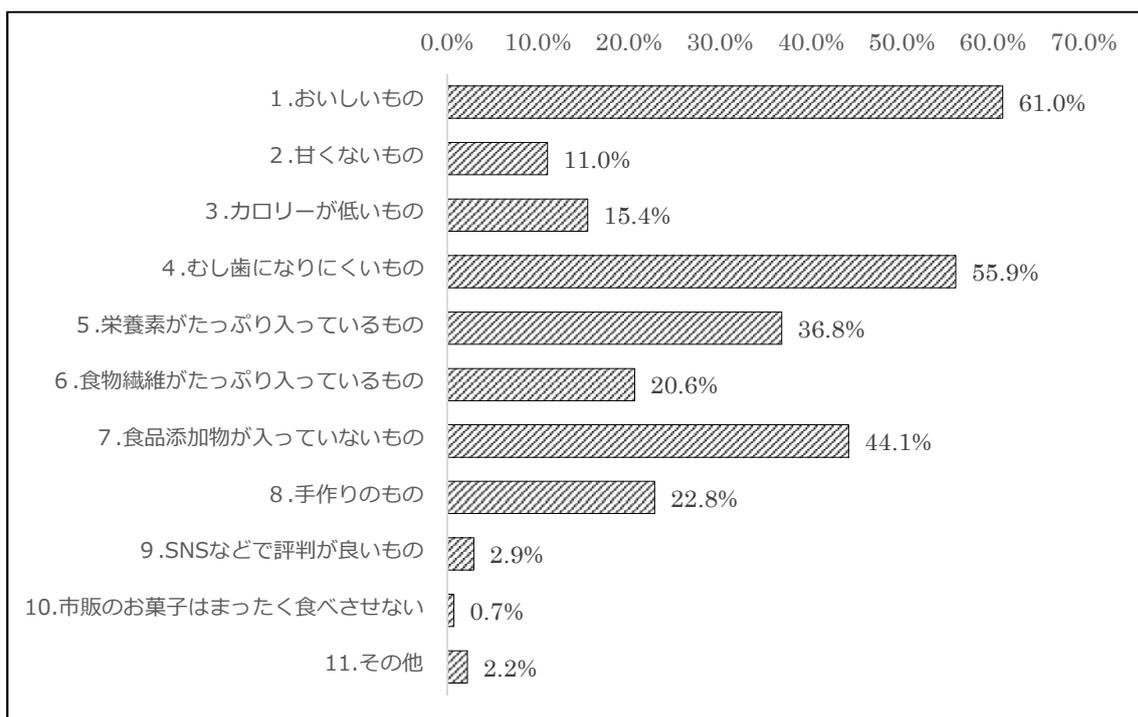
お菓子を購入する時、お菓子のパッケージのどこをみるかの問いに対して、「値札」(48.5%) が最も高く、「商品名」(38.2%)、「原材料」(38.2%)、「内容量」(30.2%)、「デザイン」(27.9%) と続いている。

○「その他」の意見

「遺伝子組み換え食品や食品添加物について」

Q8 お子様を食べさせたいお菓子とはどんなものと考えていますか？（複数回答可）

回答	件数	割合
1.おいしいもの	83件	61.0%
2.甘くないもの	15件	11.0%
3.カロリーが低いもの	21件	15.4%
4.むし歯になりにくいもの	76件	55.9%
5.栄養素がたっぷり入っているもの	50件	36.8%
6.食物繊維がたっぷり入っているもの	28件	20.6%
7.食品添加物が入っていないもの	60件	44.1%
8.手作りのもの	31件	22.8%
9.SNSなどで評判が良いもの	4件	2.9%
10.市販のお菓子はまったく食べさせない	1件	0.7%
11.その他	3件	2.2%



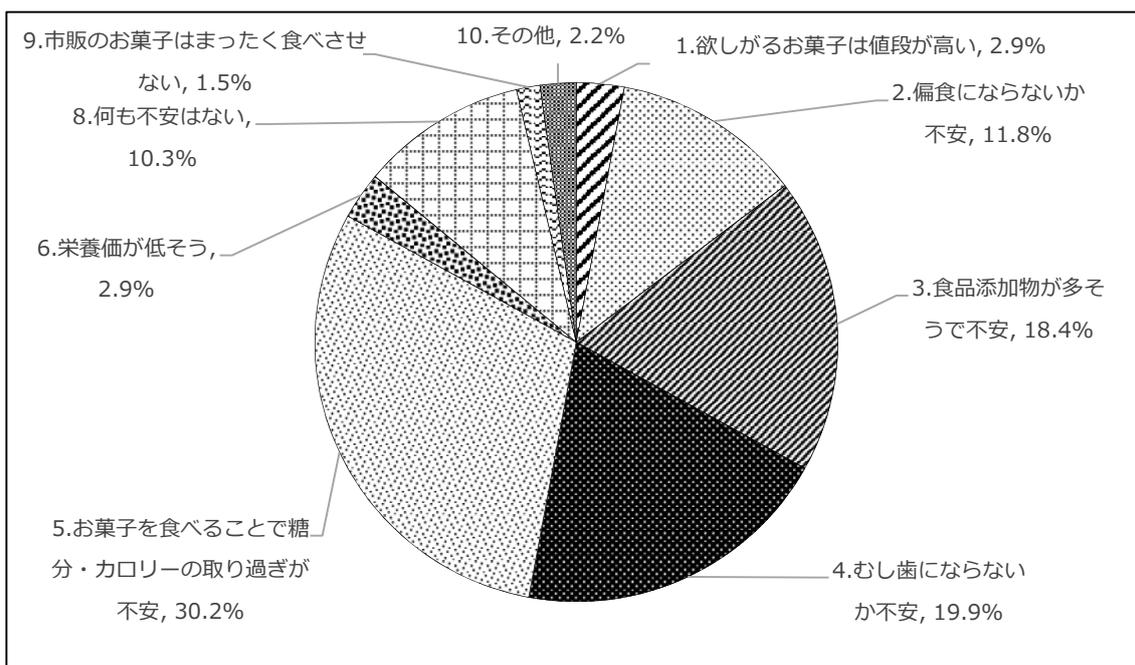
お子様に食べさせたいお菓子とはどんなものと考えているかの問いに対して、「おいしいもの」(61.0%) が最も高く、「むし歯になりにくいもの」(55.9%)、「食品添加物が入っていないもの」(44.1%)、「栄養素がたっぷり入っているもの」(36.8%) と続いている。

○「その他」の意見

「遺伝子組み換え食品や食品添加物について」

Q9 お子様にご与えているお菓子に不安がありますか？（1つ選ぶ）

回答	件数	割合
1.欲しがるお菓子は値段が高い	4件	2.9%
2.偏食にならないか不安	16件	11.8%
3.食品添加物が多そうで不安	25件	18.4%
4.むし歯にならないか不安	27件	19.9%
5.お菓子を食べることで糖分・カロリーの取り過ぎが不安	41件	30.2%
6.栄養価が低そう	4件	2.9%
7.製造しているメーカーが不安	0件	0%
8.何も不安はない	14件	10.3%
9.市販のお菓子はまったく食べさせない	2件	1.5%
10.その他	3件	2.2%



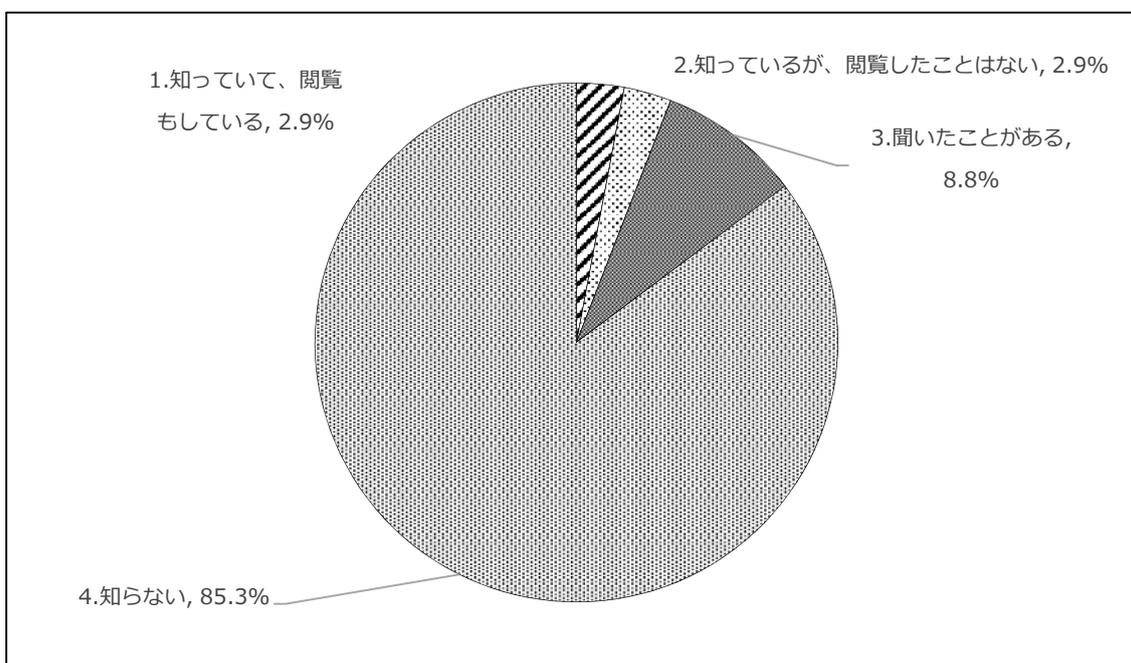
お子様に与えているお菓子里に不安がありますかの問いに対して、「お菓子里を食べること  
で糖分・カロリーの取り過ぎが不安」(30.2%)が最も高く、「むし歯にならないか不安」  
(19.9%)、「食品添加物が多そうで不安」(18.4%)、「偏食にならないか不安」(11.8%)、  
「何も不安はない」(10.3%)などと続いている。

○「その他」の意見

「自分で買って食べているものは、量が多すぎると不安」、「夕飯にひびくので時間と量を  
考えて与えている」など

Q10 栃木県では「とちまる食の安全通信」を SNS(Facebook、twitter)運営しています。  
閲覧したことがありますか？(1つ選ぶ)

回答	件数	割合
1.知っていて、閲覧もしている	4件	2.94%
2.知っているが、閲覧したことはない	4件	2.94%
3.聞いたことがある	12件	8.82%
4.知らない	116件	85.30%



栃木県では「とちまる食の安全通信」を SNS(Facebook、twitter)運営しています。閲覧したことがあるかの問いに対して、「知らない」(85.2%)が最も高く、「聞いたことがある」(8.8%)、「知っていて、閲覧もしている」(2.9%)、「知っているが、閲覧したことはない」(2.9%)と続いている。